

BAB II

KAJIAN TEORI

A. *RECREATIONAL SHOPPING*

1. *Recreational*

Recreational atau rekreasi secara umum, merupakan kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan tujuan menghibur diri, melepaskan stres, dan mendapatkan kesenangan. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu tujuannya untuk rekreasi, pengembangan pribadi atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara¹. Dalam masyarakat modern, rekreasi telah menjadi bagian penting dari gaya hidup dan kegiatan sosial. Pusat rekreasi dan belanja mempunyai manfaat penting bagi pertumbuhan suatu kota dan dapat meningkatkan perekonomian pada kota tersebut dengan menyediakan lapangan kerja dan memberikan kontribusi bagi pemenuhan kebutuhan warganya².

Teori rekreasi (*recreational theory*) adalah sebuah konsep yang membahas peran rekreasi dalam kehidupan manusia. Teori ini berfokus pada bagaimana aktivitas rekreasi dapat memberikan manfaat psikologis, fisik, dan sosial. Manfaat Psikologis :

¹ Samsudduha. Wisata Halal Sebagai Implementasi Konsep Ekonomi Syariah .Jurnal Al-Tafaqquh, No 1 Vol 1, 2020. H 21

² Raymond Ch. Dkk. Perencanaan Pusat Rekreasi Dan Belanja Dengan Pendekatan Smart Building Di Kota Tomohon . Jurnal Lmiah Desain Sains Arsitektur (Desciars), Vol 2 , N 1, Th2022 H 1

- Stres: Aktivitas rekreasi dapat membantu mengurangi tingkat stres dengan memberikan kesempatan untuk melepaskan ketegangan dan mengalihkan pikiran dari masalah sehari-hari.
- Kesejahteraan Mental : Rekreasi berkontribusi pada kesejahteraan mental dengan meningkatkan mood, rasa bahagia, dan kepuasan hidup secara keseluruhan.
- Pemulihan Mental : Waktu yang dihabiskan untuk rekreasi dapat membantu pemulihan dari kelelahan mental dan meningkatkan produktivitas dan kreativitas.

Teori Motivasi dalam Rekreasi :

- Teori Kendala-Keseimbangan : Menjelaskan bagaimana individu menyeimbangkan antara kendala (misalnya waktu, biaya) dan motivasi mereka untuk berpartisipasi dalam kegiatan rekreasi.
- Teori Kebutuhan Manusia : Menghubungkan kegiatan rekreasi dengan pemenuhan kebutuhan dasar manusia seperti kebutuhan akan kebersamaan, prestasi, dan aktualisasi diri.

Secara keseluruhan, teori rekreasi menekankan pentingnya rekreasi dalam menjaga keseimbangan hidup, kesehatan, dan kebahagiaan individu serta komunitas.

2. *Shopping*

Shopping merupakan praktik Membeli barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan seseorang. Aktivitas ini mencakup mencari, memilih, dan membayar produk atau layanan yang diinginkan, baik secara online atau melalui toko sungguhan. Belanja dapat melibatkan apa saja mulai dari pembelian makanan dan pakaian secara rutin hingga pembelian produk atau barang mewah dengan kegunaan tertentu. Seseorang mungkin pergi berbelanja karena berbagai alasan, seperti untuk memenuhi kebutuhan pokok, memperbarui lemari pakaian atau perabotannya, membeli hadiah untuk orang lain, atau sekadar memanjakan diri. Salah satu hal paling populer yang dilakukan orang secara online saat ini di era digital adalah berbelanja. Pelanggan dapat dengan mudah melakukan pembelian dari mana saja dan kapan saja berkat platform e-commerce, yang juga memberi mereka akses yang lebih luas

Kegiatan berbelanja atau *shopping*, sudah menjadi kebiasaan yang melekat pada masyarakat. Berbelanja secara umum adalah kegiatan memperoleh barang atau jasa dengan menukarkan uang atau nilai barang lainnya. Aktivitas berbelanja dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang untuk memenuhi kebutuhan sehari – hari, memperoleh barang- barang konsumsi, atau memenuhi keinginan dan kebutuhan khusus. Berbelanja dapat dilakukan di berbagai tempat, seperti toko- toko fisik, pusat perbelanjaan, pasar tradisional, atau

melalui toko online di internet. Ada berbagai jenis belanja yang melibatkan berbagai macam produk dan layanan, termasuk makanan, pakaian, elektronik, peralatan rumah tangga, kendaraan, dan masih banyak lagi. Berbelanja telah mengalami perubahan signifikan dengan adanya kemajuan teknologi. Saat ini Indonesia memiliki posisi peringkat kedua Negara paling konsumtif di Dunia setelah Singapura, faktor tersebut terjadi karena dua faktor yakni , tingkat gengsi masyarakat yang tinggi dan kurangnya kecintaan pada produk didalam negeri.³

Teori tentang rekreasi belanja berupaya untuk mengungkapkan motivasi, perilaku, dan dampak dari kegiatan belanja sebagai bagian dari kegiatan rekreasi atau hiburan. Beberapa teori yang relevan dalam konteks ini mencakup berbagai pendekatan. Pertama, Teori Utilitas dalam ekonomi menjelaskan bahwa konsumen membeli barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan atau mencapai kepuasan (utilitas). Dalam konteks rekreasi belanja, individu dapat merasakan kepuasan psikologis, sosial, atau bahkan spiritual dari aktivitas belanja. Kedua, Teori Pembelajaran menekankan bahwa perilaku belanja dipengaruhi oleh proses pembelajaran dan pengalaman sebelumnya, memungkinkan individu untuk membuat keputusan yang lebih bijak dalam memilih produk dan mengevaluasi pilihan. Ketiga, Teori Psikologis menyoroti bahwa belanja dapat memberikan penghargaan

³ Kppbc Tmp Tanjung Emas. Indonesia Konsumtif Ayo Berubah. Bctemas.Beacukai.Go.Id, (14 Juli 2023)

psikologis seperti prestise atau pengakuan sosial, serta memenuhi keinginan atau gaya hidup tertentu. Keempat, Teori Sosial menekankan aspek sosial dari belanja, di mana individu dapat memperkuat ikatan sosial, membangun identitas kelompok, atau mempertahankan status sosial melalui kegiatan ini. Terakhir, Teori Stres dan Pemulihan menekankan bahwa belanja dapat berperan sebagai cara untuk mengurangi stres dan memulihkan kesejahteraan mental setelah kegiatan yang melelahkan. Dengan mempertimbangkan berbagai teori ini, rekreasi belanja dianggap sebagai kegiatan kompleks yang tidak hanya memenuhi kebutuhan materi, tetapi juga mempertimbangkan aspek psikologis, sosial, dan emosional dari individu. Hal ini penting untuk memahami bagaimana rekreasi belanja memengaruhi gaya hidup, nilai-nilai konsumtif, dan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan di era kontemporer.

Rekreasi berbelanja saat ini sudah menjadi suatu fenomena dalam masyarakat baik, masyarakat di wilayah IAIN Ambon tersebut yang menunjukkan perkembangan manusia dalam melaksanakan perjalanan wisata, salah satunya dengan berekreasi tujuannya hanya untuk berbelanja. Keberadaan mall atau pusat perbelanjaan menjadikan generasi muda sebagai sasarannya, konsumen mall sendiri sangat beragam, mahasiswa masuk dalam kelompok sasaran mall karena mereka termasuk dalam kelompok keluarga produktif, karena kebutuhan belanja mahasiswa cukup banyak dan beragam. Mahasiswa

lebih banyak menghabiskan waktu berbelanja apa yang tidak menjadi kebutuhan pokok atau kebutuhan jangka panjang, mereka juga cenderung memprioritaskan waktu luang dengan mondar – mandir dibandingkan menghabiskan waktu untuk kepentingan orang banyak. hal- hal yang tertera diatas merupakan sebagian indikasi bahwa konsumerisme yang merupakan suatu kebiasaan atau budaya pemborosan dan berfoya –foya karena melakukan aktivitas konsumsi yang berlebihan , telah masuk dan menyebar di mahasiswa FEBI IAIN Ambon yang tentu tidak sesuai dengan nilai – nilai ekonomi islam seperti yang diterapkan ataupun dipelajari oleh Mahasiswa pada kampus Institut Agama Islam Negeri(IAIN) Ambon.

3. Faktor – Faktor yang mempengaruhi praktik *recreational shopping*

Adapun Faktor – faktor yang mempengaruhi seseorang untuk melakukan praktik *recreational shopping* menurut hasil penelitian Juandhika Kevin Putra Winarto⁴ , antara lain berikut ini :

- a. Faktor Value Shopping : Berbelanja dengan tujuan memperoleh penawaran khusus atau potongan harga yang lebih menguntungkan.
- b. Faktor idea *Shopping* : Berbelanja dengan motivasi untuk mengikuti perkembangan tren dan inovasi terbaru, serta

⁴ Juandhika Kevin Putra Winarto. Pengaruh Motivasi Berbelanja Hedonis Terhadap Gaya Hidup Berbelanja (Survei Pada Konsumen Produk Fashion Pria Di Kota Malang).Skripsi. Universitas Brawijaya, Fakultas Ilmu Administrasi, Jurusan Administrasi Bisnis, Dengan Konsentrasi Pemasaran. Kota Malang. Tahun 2018.H 118

memperluas pengalaman diri dengan memilih produk yang cocok dengan gaya hidup pribadi⁵.

- c. Faktor Adventure Shopping : Berbelanja untuk mencari petualangan dan merasakan sensasi baru, serta untuk menginspirasi diri sendiri dan mengekspresikan identitas secara autentik.
- d. Faktor Gratification Shopping : Berbelanja sebagai cara untuk memberikan perlakuan istimewa pada diri sendiri, serta sebagai upaya untuk mengurangi stres dan memberikan kepuasan pribadi⁶.

Adapun teori hubungan emosional seperti yang dikutip dari Jurnal Biomolecules Menurut Gloor dan Giacomelli, belanja rekreasi dapat dianggap sebagai suatu tindakan yang terpengaruh oleh hubungan emosional antara konsumen dan barang atau layanan. Mereka menjelaskan bahwa keputusan berbelanja konsumen sering kali didasarkan pada ikatan emosional yang mereka miliki dengan barang atau layanan tersebut⁷.

Mereka menggarisbawahi bahwa koneksi emosional antara konsumen dan produk atau layanan sering kali menjadi faktor penentu dalam keputusan berbelanja. Dalam konteks belanja rekreasi, ikatan emosional ini memainkan peran sentral dalam memengaruhi bagaimana konsumen membuat keputusan pembelian. Dengan demikian, aspek emosional memiliki dampak yang signifikan dalam proses pengambilan keputusan konsumen terkait dengan aktivitas belanja rekreasi.

⁵Ibid. H 119

⁶Ibid. H 120

⁷ [Goran Šimić](#), dkk. Understanding Emotions: Origins and Roles of the Amygdala. Biomolekul. Juni 2021; 11(6): 823.

B. RECREATIONAL SHOPPING DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Recreational Shopping atau Berbelanja untuk rekreasi memberi peluang kepada konsumen untuk menikmati waktu luang mereka. Ini menitikberatkan pada pengalaman belanja dan kepuasan yang diperoleh darinya, tanpa terlalu memperhatikan akhir dari pembelian barang dan jasa⁸. Dari sudut pandang ekonomi Islam, pembelian untuk kesenangan dapat dianggap sebagai jenis konsumsi tertentu yang memerlukan pertimbangan khusus. Konsumsi dalam Islam harus dilakukan dengan menghormati hukum syariah dan berpegang teguh pada prinsip moral dan agama⁹.

Dalam Ekonomi Islam, seluruh aktivitas manusia yang bertujuan untuk kebaikan merupakan ibadah, termasuk dalam perilaku konsumsi. Yusuf Qardhawi mengatakan bahwa dalam melakukan konsumsi harus pada barang yang halal dan dilakukan dengan cara konsumsi yang baik seperti berhemat (*saving*), berinfak untuk kemaslahatan umat serta menghindari perjudian, khamar, gharar, dan spekulasi. Perilaku konsumsi yang dilakukan umat muslim harus menjauhi kemubaziran, kemegahan, serta menghindari hutang¹⁰.

⁸ Sarbjoth Sing, Et Al . Female Consumers Recreationalshopping Experiences. International Research Journal Of Bussines Studies. Vol 6, No 1. India , 2013. H 2

⁹ Herlina Yustari. Konsumsi Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Regresi Religiusitas Terhadap Konsumerisme Pada Mahasiswa Uin Syarif Hidayatullah Jakarta). Dosen Pengajar Iain Bengkulu. Indo-Islamika, Volume 2, Nomor 2, 2015. H 25

¹⁰ Yusuf Qardhawi, Dawr Al-Qiyam Wa Al-Akhlaq Fi Al-Iqtisad Al-Islami, Terj. Zainal Arifin Dan Dahlan Husim, Norma Dan Etika Ekonomi Islam (Cet. 4; Jakarta: Gema Insani Press, 2001), H. 352.

Konsumsi pada dasarnya merupakan sesuatu yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan. Konsumsi mencakup keperluan, kesenangan dan kemewahan. Kesenangan atau keindahan diperbolehkan asal tidak berlebihan atau tidak melampaui batas yang dibutuhkan tubuh dan tidak melampaui batas- batas makanan halal¹¹. Islam sangat tegas melarang hal tersebut seperti yang dijelaskan dalam Q.S Al A'raf : 31 yaitu :

يٰۤاَيُّهَا اٰدَمُ خُذْ زِينَتَكَ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلْ وَاشْرَبْ وَلَا تُسْرِفْ اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ
الْمُسْرِفِيْنَ ۝

Terjemahan : *“Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang bagus dalam setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sesungguhnya, Allah tidak menyukai orang yang berlebih – lebihan”.*

Juga dijelaskan dalam Hadits yang dimaksud adalah sebagai berikut:

عن أبي هريرة رضي الله عنه قال: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "كُلُوا وَاشْرَبُوا وَابْسُوا وَتَصَدَّقُوا وَلَا تُسْرِفُوا وَلَا تُبْذَرُوا"

Dari Abu Hurairah radhiyallahu 'anhu, ia berkata: Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda, *"Makanlah, minumlah,*

¹¹ Uddin Sorre Dan Sobirin, Op,Cit. H 10

berpakaianlah, bersedekahlah, dan janganlah berlebih-lebihan dan berfoya-foya". Hadist ini terdapat dalam Shahih Bukhari (5452) dan Muslim (5827).

Sesuai dengan penjelasan ayat dan hadist tersebut bahwa islam dengan jelas melarang aktivitas konsumsi yang berlebih- lebihan. Sehingga sebagai konsumen yang sadar akan perintah islam agar membatasi aktivitas konsumsi yang keinginanya melebihi dari kebutuhannya¹².

Kemudian, dalam Al-Quran meskipun tidak terdapat ayat yang secara spesifik membahas kegiatan rekreasi seperti berbelanja, prinsip-prinsip tentang bijaksana dalam menggunakan harta dan pentingnya keadilan dalam berdagang, namun juga terdapat dalam Q.S Al- Isra : 7 :

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ فُورًا لِّرَبِّهِ كَفُورًا

Terjemahannya :” *sesungguhnya orang – orang yang boros adalah temanya setan, dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhan*”.

Ayat ini mengonfirmasi bahwa penggunaan harta dengan pemborosan adalah sesuatu yang tidak disenangi Allah. Ini mengingatkan kita untuk berbelanja secara bijaksana, menghindari pemborosan yang tidak produktif dan tidak bermanfaat. Sesungguhnya Allah SWT melarang orang- orang yang berlebihan didalam melakukan hal apa saja yang

¹² Eddy Rohayedi Et,Al. Konsumerisme Dalam Perspektif Islam . Jurnal Transformasi, Vol 4 No 1. April 2020. H 33

membuatnya boros. Berlaku apa adanya dan sederhana adalah suatu prinsip hidup yang baik¹³.

Juga dijelaskan dalam Dalam Hadist Rasulullah SAW bersabda :

قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: "إِنَّ اللَّهَ يَرْضَى لَكُمْ ثَلَاثًا وَيَسْخَطُ لَكُمْ ثَلَاثًا، يَرْضَى لَكُمْ أَنْ تَعْبُدُوهُ وَلَا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا، وَأَنْ تَتَّقُوا اللَّهَ فِي خَلْقِهِ، وَأَنْ تُنَاصِحُوا أَوْلِيَاءَ الَّذِينَ آمَنُوا عَلَيْكُمْ، وَيَسْخَطُ لَكُمْ أَنْ تَهْتَدُوا فِي الْفَسَادِ، وَكَثْرَةُ السُّؤَالِ فِي الْمَجَانِبِ، وَإِضَاعَةُ الْمَالِ بَذِيئَةٍ" (رواه مسلم)

Artinya : *“Sesungguhnya Allah meridhai tiga hal bagi kalian dan murka apabila kalian melakukan tiga hal. Allah ridha jika kalian menyembah-Nya, dan (Allah rida) jika kalian berpegang pada tali Allah seluruhnya dan saling menasihati terhadap para penguasa yang mengatur urusan kalian. Allah murka jika kalian sibuk dengan desas desus, banyak mengemukakan pertanyaan yang tidak berguna, serta membuang-membuang harta.”* (HR. Muslim)

Hadist ini menegaskan pentingnya taat pada perintah Allah dan menjauhi larangan-Nya, serta aktif dalam proses pengambilan keputusan. Umat Muslim juga diingatkan untuk tidak memboroskan harta dan menghindari kesibukan dengan hal-hal yang tidak bermanfaat. Sesuai dengan penjelasan ayat dan hadist tersebut bahwa Islam sangat menekankan larangan terhadap perilaku boros dan berlebihan dalam

¹³ Darwati. Analisis Implementasi Kebijakan Zonasi Pasar Tradisional Dan Pasasr Modern Dalam Pergeseran Perilaku Konsumen Menurut Perspektif Ekonomi Islam. Lampung, 2022 H 11

menggunakan harta. Umat Muslim diwajibkan untuk menggunakan harta dengan bijaksana, berhemat, dan tidak menghambur-hamburkannya secara sia-sia. Sehingga sebagai konsumen yang sadar akan perintah islam agar membatasi aktivitas konsumsi yang keinginanya melebihi dari kebutuhannya¹⁴. Dalam islam ada beberapa prinsip- prinsip konsumsi yang harus diperhatikan dalam melakukan recreational shopping yaitu sebagai berikut :

- Prinsip taqwa, dalam islam setiap manusia yang hidup dimuka bumi hendaknya sadar dan taat terhadap apa yang telah diperintahkan oleh Allah SWT , termasuk dengan urusan konsumsi¹⁵.
- Prinsip beragama, sebagai umat muslim hendaknya perilaku konsumsi yang dilakukan harus memperhatikan dengan bijak dan teliti semua aktivitas yang dilakukan agar sesuai dengan ajaran islam¹⁶.
- Prinsip untuk menghindari suatu produk atau barang yang haram atau dilarang oleh Allah SWT ¹⁷.

¹⁴ Eddy Rohayedi Et,al. Konsumerisme Dalam Perspektif Islam . Jurnal Transformasi, Vol 4 No 1. April 2020. H 33

¹⁵ Ibid. H 34

¹⁶ Martisa Fardesi. Analisis Perilaku Konsumtif Dan Gaya Hidup Santri Ditinjau Dari Perspektif Religius (Studi Pada Dayah Modern Darul Ulum Banda Aceh).Skripsi Thesis Uin Ar-Raniry. Banda Aceh. 2020. H 3

¹⁷ Eddy Rohayedi, Dkk. Konsumerisme Dalam Perspektif Islam. Jurnal Transformasi , Vol 4, No 1. April 2020

- Prinsip mengatur keuangan , karena Allah SWT tidak menyukai orang yang tidak mengatur keuangannya dengan baik atau boros- borosan¹⁸.
- Prinsip menghindari perilaku yang dilarang oleh islam seperti, pemborosan (tabzir) dan berlebihan (israf)¹⁹.

Teori konsumsi Islam memodifikasi konsumsi menurut prinsip hati dan berbagai jenis konsumsi sesuai dengan hukum Islam, dengan mempertimbangkan sifat manusia dan keterbatasannya. Dalam Islam, aktivitas konsumsi diatur dalam syariah, yang membantu umat Islam agar tidak ceroboh dalam hidupnya. Islam mengurangi konsumsi dengan pengendalian diri yang didasarkan pada pencarian kehendak Allah swt yang sejati dan tidak berubah. Salah satu pola konsumsi yang dapat melawan kecenderungan sifat manusia yang memandang dirinya sebagai spesies ekonomi.

Konsumsi menurut Islam bukan hanya sekedar memenuhi dan keinginan hidup, melakukan konsumsi juga untuk beribadah kepada ALLAH SWT. Sebagai seorang Muslim, ada banyak aturan berbeda dalam kehidupan seseorang. Kasus ini berdasarkan prinsip, nilai atau ajaran Islam. Salah satu ajaran Islam adalah memakan makanan yang halal, sesuai dengan apa yang diajarkan Dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat

¹⁸ Irma Yunita. Analisis Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Iain Bukittinggi Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam. 2018

¹⁹ Martisa Fardesi. Analisis Perilaku Konsumtif Dan Gaya Hidup Santri Ditinjau Dari Perspektif Religius (Studi Pada Dayah Modern Darul Ulum Banda Aceh).Skripsi Thesis Uin Ar-Raniry Banda Aceh. 2020. H 38.

168 “Hai manusia, makanlah yang halal dan baik tentang apa yang ada di bumi, dan jangan mengikuti jejak setan ; Karena Sesungguhnya iblis adalah musuhmu yang sebenarnya²⁰. Mengkonsumsi barang atau jasa yang sesuai dengan Syariat Islam menjadikan seorang konsumen muslim akan melakukan konsumsi sebagai sarana untuk beribadah kepada Allah bukan untuk pemenuhan kebutuhan dan keinginan hidup semata.

Aktivitas *Recreational Shopping* atau berbelanja untuk bersenang-senang juga memiliki beberapa prinsip yang perlu dipertimbangkan. Berikut adalah beberapa prinsip Ekonomi Islam yang sesuai dengan konsep *Recreational Shopping* :

1. Keberlanjutan dan keadilan

Konsumsi berkelanjutan adalah konsumsi yang memperhitungkan kebutuhan jangka panjang generasi mendatang dan tidak melebihi kapasitas Bumi. Konsumsi berkelanjutan merupakan suatu kegiatan dimana konsumen menggunakan barang atau suatu produk memenuhi setiap kebutuhannya, dengan meminimalkan penggunaan sumber daya alam , bahan beracun serta meminimalisir limbah juga polusi dalam siklus kehidupan sehingga dapat dinikmati dan terpenuhi sumber dayanya pada generasi yang akan datang²¹.

²⁰ Fahrul, F., & Marasabessy. (2022). Kepedulian Masyarakat Kota Ambon Terhadap Produk Halal (Studi Pada Masyarakat Muslim Yang Berbelanja Di Alfamidi/Indomaret Dan Rujak Natsepa). Jurnal Mediasi, 16(2), Hlm 81 .

²¹ Meri Enita Puspita Sari. Peran Masyarakat Dalam Mencapai Pola Konsumsi Yang Berkelanjutan . Jurnal Trias Politika, Vol 1, No 2 . H 6

2. Menghindari Riba

Menghindari riba (bunga) adalah suatu prinsip utama. Riba dianggap sebagai praktik yang melanggar prinsip-prinsip keadilan dan etika dalam Islam. Berikut adalah beberapa konsep dan prinsip dalam ekonomi Islam yang membantu menghindari riba :

- Larangan Riba : Islam secara tegas melarang praktik riba dalam semua bentuknya. riba terbagi menjadi dua jenis : riba an – nasiah (bunga yang ditetapkan secara tetap) dan riba al- fadl (kelebihan dalam pertukaran barang yang serupa). Dalam ekonomi Islam, transaksi yang melibatkan riba tidak diperbolehkan.

C. PENELITIAN TERDAHULU

Ada beberapa penelitian terdahulu tentang *recreational shopping* yang mencoba untuk memahami aspek- aspek psikologis dari perilaku konsumen. Beberapa penelitian terdahulu tentang *recreational shopping* antara lain :

1. Sarbjoth Singh, et al .Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa berbelanja di pusat perbelanjaan menciptakan waktu luang dan merupakan kegiatan rekreasi bagi pembeli, yang juga membantu mereka dalam berinteraksi sosial dengan teman -teman dan anggota keluarga mereka. Kepuasan berbelanja menjadi motivasi utama bagi pembeli untuk memenuhi harapan, keinginan, dan preferensi mereka.

Penelitian ini menyoroti lima aspek rekreasi pembeli yang mencerminkan karakteristik waktu luang, nilai hedonis dan utilitarian dari berbelanja, hadiah intrinsik yang diperoleh, serta signifikansi yang terkait dengan proses dan hasil dari berbelanja rekreasi. Berbelanja di pusat perbelanjaan terbukti sebagai platform yang menghibur dan menyenangkan. Namun, terkadang kegiatan rekreasi seperti itu dapat menimbulkan perasaan bersalah dan meninggalkan kesan negatif setelah pengalaman yang mungkin kurang memuaskan, sehingga kadang-kadang dapat mengurangi rasa percaya diri pembeli²².

2. Atiqah, N. H., & Abdul Kadir, M. Penelitian ini mempelajari faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi shopping rekreasi berdasarkan perspektif ekonomi Islam pada pemuda Muslim di Indonesia. Faktor-faktor seperti religiositas, pengetahuan ekonomi Islam, dan pengaruh sosial dipelajari dalam konteks pengambilan keputusan pembelian²³.
3. Al-Khaliq, F., & Tazilah, M. A. Penelitian ini mengkaji bagaimana nilai-nilai dan praktik Islam memengaruhi keputusan pembelian konsumen Muslim di Malaysia, termasuk dalam konteks recreational

²² Sarbjoth Sing, Et al . *Female Consumers Recreationalshopping Experiences*. *International Research Journal Of Bussines Studies*. Vol 6, No 1. India ,2013. H 9.

²³ Atiqah, N. H., & Abdul Kadir, M. *Factors Influencing Islamic Recreational Shopping Behavior: A Study On Muslim Youth In Indonesia*. *Al-Iqtishad. Journal Of Islamic Economics*, 10(2), 2018. H 299-320

shopping. Studi ini meneliti faktor-faktor seperti etika konsumsi, keadilan harga, dan preferensi terhadap produk halal²⁴.

4. Abdul Kadir, M., & Zainuddin, Y. Penelitian ini mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen Muslim dalam recreational shopping di Indonesia. Studi ini meneliti aspek-aspek seperti nilai-nilai agama, keadilan harga, dan kualitas produk dalam mempengaruhi keputusan pembelian²⁵.
5. Ibrahim, M., & Salin, A. S.. Penelitian ini fokus pada perilaku konsumen Muslim muda di Malaysia, termasuk dalam konteks recreational shopping. Studi ini mengeksplorasi pengaruh religiositas Islam dan sertifikasi halal terhadap preferensi konsumen dan keputusan pembelian mereka²⁶.

²⁴ Al-Khaliq, F., & Tazilah, M. A. *Islamic Values And Practices In Consumers' Purchase Decisions: A Study On Malaysian Muslim Consumers. International Journal Of Economics, Commerce, And Management*, 5(4), 2017. H 109-119.

²⁵ Abdul Kadir, M., & Zainuddin, Y. *Islamic Consumer Behavior: A Case Study On The Factors Influencing Islamic Recreational Shopping In Indonesia. Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 24(3), 2020, H 437-453

²⁶ Ibrahim, M., & Salin. *Exploratory Study Of Consumer Behavior Of Muslim Youth In Malaysia: The Influence Of Islamic Religiosity And Halal Certification. International Journal Of Academic Research In Business And Social Sciences*, 9(4), 2019. H 199-214